

Получается, респонденты понимают, что музыка религиозного плана пропагандирует базовые моральные ценности: не убей, не укради, помогай ближнему, но сами не слушают ее, в то же время хотят, чтобы ее слушали их дети.

В предпоследнем вопросе родителям было предложено выбрать, на какие музыкальные события они предпочтут сходить с детьми. Явными лидерами стали ответы «музыкальные фильмы», «концерты различных исполнителей» и «музыкальное детское творчество». «Оперы, оперетты» и «музыкальные сказки» набрали менее 6% ответов.

Здесь существует явное противоречие. Судя по предыдущим вопросам, для родителей важно, чтобы дети слушали классическую музыку, так как именно она, по мнению опрошенных, формирует положительный нравственный климат, но, при выборе совместного мероприятия классику (опера, оперетта) практически никто не выбрал. Выбор пал на легкие развлекательные мероприятия.

Таким образом, проведенное исследование позволило сделать следующие выводы:

1. Музыка влияет на нравственность ребенка путем воздействия на его эмоциональность. В процессе занятий музыкой ребенок развивает определенные нравственные качества, которые характеризуют его как воспитанного, доброго и терпеливого человека.

2. Содержащаяся в некоторых музыкальных произведениях нецензурная лексика, а также пропаганда аморальных ценностей способны вызывать негативно-эмоциональную реакцию у детей, что в дальнейшем они будут проецировать на окружающих.

3. Музыка, которую слушают родители, является примером для ребенка, они стараются подражать и слушать то же самое, что и старшие. Респонденты хотели бы, чтобы их дети слушали классическую музыку, но как-либо способствовать этому они не хотят, так как возлагают данную ответственность на центры дополнительного образования.

А. О. РАКЕТСКАЯ

Екатеринбург, УрФУ

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА МОРАЛЬНЫЙ КЛИМАТ В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. Цифровая революция виртуально подрывает устои практически во всех отраслях. Многие организации отказываются от традиционной модели офлайн работы в пользу интернет-пространства, где каждый работник включен

в виртуальную деятельность, самостоятельно распоряжается собственным графиком и мало зависит от типа и стиля лидерства. В связи с этим возникает проблема отсутствия внутриорганизационных моральных регуляторов, а также нивелирование такого важного понятия для любой организационной модели как моральный климат.

Ключевые слова: цифровизация, моральный климат, организационная модель, типы морального климата, новые технологии.

A. O. RAKETSKAYA

INFLUENCE OF DIGITALIZATION ON THE MORAL CLIMATE IN THE ORGANIZATION

Abstract. The digital revolution is virtually undermining the foundations of almost all industries. Many organizations abandon the traditional model of offline work in favor of the Internet space, where each employee is included in virtual activities, independently manages his own schedule and is little dependent on the type and style of leadership. In this regard, the problem of the lack of intra-organizational moral regulators arises, as well as the leveling of such an important concept for any organizational model as the moral climate.

Keywords: digitalization, moral climate, organizational model, types of moral climate, new technologies.

Современные компании все чаще становятся перед выбором: применять цифровизацию в своей бизнес-модели или же остаться в прежнем традиционном положении. Суть цифровой трансформации – не в технологиях, а в изменениях [1, с. 8]. Необходимость цифровой трансформации не вызывает сомнений, вопрос только в том, когда и как ее осуществить. Организации боятся нововведений, поскольку не умеют управлять этой новой цифровой моделью. В цифровой экономике, уже ставшей реальностью, многие компании не смогут добиться успеха, просто корректируя методы управления, которые приводили к успеху в прошлом [1, с. 8]. Крупные компании особенно уязвимы перед цифровым переворотом из-за обширной базы клиентов, внушительной прибыли и иногда нестабильного качества обслуживания клиентов. Для процветания в цифровой вселенной компаниям всех размеров понадобится переосмыслить свой бизнес и проводить значительные изменения в своих организациях, в том числе изменять бизнес-модели, подходы к управлению персоналом, структуры, критически важные компетенции и культуру [1, с. 8].

Моральный климат организации, определение которого сформулировали Виктор и Каллен – это преобладающее восприятие деятельности организации ее сотрудниками, имеющее этическое содержание [2]. Значимость морального климата в организации велика, так как от него зависит степень доверия сотрудников друг к другу, отношение к руководителю, общение с клиентами и общая атмосфера внутри коллектива [2]. Цифровизация приводит нас к тому, что понятие морального климата обесценивается и отбрасывается. В условиях, когда сотрудники связаны через единый контактный онлайн центр, невозможны традиционные рабочие связи между ними. Отсутствует личный контакт как с коллегами, так и с руководителем, а значит, применение прежних шкал оценки морального климата путем определения стиля лидерства, типа организации и управленческих практик становится невозможным. Необходима новая системная оценка ценностных установок внутри организации, моделей взаимоотношений между сотрудниками и руководителем, а также, компании и ее клиентов.

Создание новых шкал оценки морального климата и уход от прежнего подхода Арно позволит усовершенствовать понятие морального климата в современной цифровой среде, а также будет успешно применяться в области бизнес-практик [2]. Социальные сети, например, могут стать мощным инструментом для сглаживания иерархий, обмена достижениями и укрепления корпоративной культуры, призванной ставить вопросы и заниматься разносторонним развитием. Создание внутренней социальной сети для сотрудников поможет облегчить доступ к корпоративной дискуссии или присоединение к ней [1, с. 51]. Таким образом, стимулируя новые идеи и прислушиваясь к онлайн дискуссиям, сотрудники выстраивают определенный тип отношений, который в свою очередь и будет влиять на моральный климат внутри организации. Еще одной современной шкалой оценки морального климата может стать стратегия организации – направление действий компании, определяемое его ценностями и целями [1, с.124]. Наиболее эффективным способом работы над стратегией могут стать выездные этические тренинги для сотрудников, где тренер поможет проработать понимание у сотрудников миссии, ценностей и целей компании. Определение стиля лидерства в онлайн среде трансформируется, ведь руководитель по сути становится уже невидимым рупором целей и установок, частично влияя на модель отношений коллектива. Задача руководителя – удержать эти онлайн-связи. Инструментарием руководителя в таком случае может быть проведение видеоконференций с сотрудниками, офлайн встречи раз в месяц, организация неформальных мероприятий с целью сближения сотрудников и понимания определенной иерархии ценностей компании.

Таким образом, в современной цифровой среде, понятие морального климата организации можно и нужно сохранять. Для этого стоит уйти от традиционных шкал его оценок, применяя современные цифровые технологии. Такими шкалами оценки морального климата могут стать единые социальные сети для сотрудников, стратегия организации и модифицируемое понимание стиля лидерства, учитывающего влияние руководителя на организацию в онлайн-среде и степень его взаимодействия с сотрудниками.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вайл П. Цифровая трансформация бизнеса. – М.: Альпина Диджитал, 2018. – 138 с. ISBN 978-5-9614-2250-4
2. Ракетская А.О. Типы морального климата и модели поведения в организациях: современные концепции / [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41518374> (Дата обращения: 14.01.2020).

В. В. ТИХОПОЙ, М. Я. СЕМЕНЧЕНКО

Екатеринбург, УрФУ

ТЕЛЕСНОСТЬ КАК ПРОВОДНИК МОРАЛИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Аннотация. В условиях нарастающего развития технологий и виртуальности, человек оказывается «лишен» своей телесности как не востребованной. Подобное влечет к утрате нравственных и моральных ориентиров. Обращение к телесности может найти опору для действий, мыслей, и вывести их на общечеловеческий уровень.

Ключевые слова: мораль, телесность, психоанализ, информационное общество, медитация.

V. TIHOPOI, M. SEMENCHENKO

PHYSICALITY AS A CONDUCTOR OF MORALITY IN THE MODERN WORLD

Annotation. In the conditions of the growing development of technologies and virtuality, a person is "deprived" of his corporality as not in demand. This entails the loss of moral and moral guidelines. Appeal to corporality can find footing for actions, thoughts, and bring them to the universal level.

Keys: morality, corporality, psychoanalysis, information society, meditation.